

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · ДРУГИЕ ТЕМАТИКИ

Реклама студии звукозаписи в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Тула

153

показов в месяц — ёмкость спроса

113 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 5 ₽

292–778 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

20 081 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-studiya-zvukozapisi-tula
Регион разбора	Тула

● Как ищут: запросы и ставки

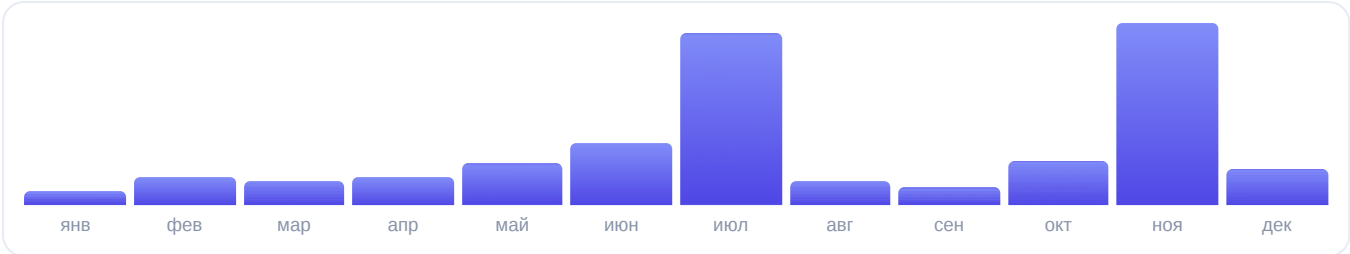
прогноз Яндекса

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
песня в подарок	52	341
заказ песни	28	362
песня на заказ	25	111
заказать песню в подарок	12	167
песня в подарок заказать	12	167
песня в подарок на день рождения	11	182
студия звукозаписи песни	4	—
песня в подарок на свадьбу	3	—
заказ песни тула	2	—
записать песню в подарок	1	—
индивидуальная песня	1	—
подарок на годовщину песни	1	—
заказать песню тула	1	—

● Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 40, февраль — 73, март — 64, апрель — 73, май — 113, июнь — 167, июль — 471, август — 64, сентябрь — 52, октябрь — 121, ноябрь — 496, декабрь — 98 показов.

● Сколько это стоит

113 Р
цена клика при полном охвате

467 Р
цена обращения
оценка до запуска

40 162 Р
бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, Р	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, Р
Поиск	—	5	—
РСЯ	90%	1	349
Ретаргетинг	10%	3	467

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

БЮДЖЕТ, ₽/МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	6	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
5 000	10	Масштаб за пределом поиска	1	2
8 000	15	Масштаб за пределом поиска	1	2
13 000	23	Масштаб за пределом поиска	1	2
21 000	36	Масштаб за пределом поиска	1	4
22 000	38	Масштаб за пределом поиска	1	4
36 000	61	Масштаб за пределом поиска	1	4
41 000	69	Масштаб за пределом поиска	1	4
59 000	98	Масштаб за пределом поиска	1	4
98 000	163	Масштаб за пределом поиска	3	16
160 648	266	Масштаб за пределом поиска	5	297

Расчёт по цене обращения 467 ₽ (оценка по средним в отрасли, измерений пока нет). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 20 081 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Песня в подарок горячий

Кто: Люди, которые хотят сделать оригинальный музыкальный подарок на праздник (день рождения, свадьба, 8 марта и т.д.). Ищут «песня в подарок», «заказать песню в подарок», «песня для любимого человека».

Что мешает: Хотят уникальный, эмоциональный подарок, но не знают, где и как заказать. Боятся, что будет дорого или некачественно.

О чём говорить: Предлагаем готовую авторскую песню под ключ — от текста до записи. Подчеркнуть индивидуальность, сюрприз, эмоции.

Изготовление фонограммы горячий

Кто: Люди, которым нужна фонограмма для выступления (караоке, концерт, конкурс), для озвучивания видео, для поздравления. Ищут «изготовление фонограммы на заказ», «фонограмма под ключ», «сделать фонограмму».

Что мешает: Нужна качественная фонограмма быстро, не хотят заниматься сами, боятся ошибок в аранжировке.

О чём говорить: Профессиональная студия, опытные аранжировщики, быстрые сроки, возможность переделки.

Оригинальный подарок холодный

Кто: Люди, которые ищут идеи подарков, хотят удивить, но пока не знают о песне. Ищут «что подарить», «оригинальный подарок», «подарок с душой».

Что мешает: Хотят необычный, запоминающийся подарок, но стандартные варианты надоели. Не знают о возможности заказать песню.

О чём говорить: Рассказать, что песня — это идеальный подарок, который останется навсегда. Привести

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Поиск и РСЯ — одной кампанией

● Что отсекаем минус-словами

скачать	бесплатно	слова	текст	аккорды	караоке	минус	плюс	diy	своими руками
как сделать	обучение	уроки	вакансия	работа	курсы	программа	инструкция	реферат	
онлайн генератор	нейросеть	ai	самому	без студии					

Спрос и продвижение студии звукозаписи: сколько ищут и какими словами

Услуги студии звукозаписи в Туле ищут нечасто: в среднем 153 показа и 8 кликов в месяц. Это немного, но спрос неоднородный. Почти треть поисковых запросов связана с подарком: «песня в подарок» (52 показа в месяц), «заказ песни» (28), «песня на заказ» (25). Также люди ищут «песню в подарок на день рождения» и «песню в подарок на свадьбу». Спрос скачет по сезонам. Пик показов приходится на июль и ноябрь: 234 и 246 соответственно. В июне показов всего 14, в августе — 32. Это значит, что рекламу студии звукозаписи надо планировать под всплески, а в тихие месяцы бюджет можно сокращать.

Кто ищет студию звукозаписи: горячие и холодные сценарии

В рекламе студии звукозаписи отчётливо видны две горячие группы клиентов. Первая — люди, которые хотят заказать песню в подарок. Они уже на стадии выбора, но боятся, что получится дорого или некачественно. Им нужен готовый продукт от текста до записи. Вторая — музыканты, блогеры и ведущие, которым нужна фонограмма для выступления или контента. Они ищут «изготовление фонограммы» и хотят получить минусовку «под ключ» быстро и без ошибок. Существует и холодная аудитория — люди, которые пока не знают о возможности заказать песню и просто ищут идеи необычного подарка. Таких людей можно прогреть объявлениями с вопросом «Что подарить, чтобы удивить?» и предложить песню как оригинальный вариант.

Сколько стоит реклама студии звукозаписи: клик, заявка и обучение

Средняя цена клика в Туле — 5 рублей. Кликов мало, поэтому общий бюджет зависит только от того, сколько обращений вы хотите получить. Цена обращения (заявки или звонка) в среднем составляет 467 рублей. В зависимости от того, как вы настроите приём заявок, реальная цифра может быть от 292 до 778 рублей. Чтобы алгоритмы Яндекса начали оптимизировать показы и снижать цену обращения, нужно набрать не менее 10 конверсий в неделю. При 8 кликах в месяц такая статистика недостижима, поэтому на старте используйте стратегию «Максимум кликов». Она позволит собирать данные о поведении пользователей без больших затрат. Бюджет на тест можно сделать небольшим — клики стоят дёшево, а главное на этом этапе — накопить хотя бы несколько обращений для понимания настоящей цены заявки.

Как настроить Яндекс Директ для студии звукозаписи: каналы

Основной спрос на студию звукозаписи собирают тематические площадки (РСЯ): на них приходится 90% показов. Цена клика там около 1 рубля, а цена обращения — 349 рублей, то есть ниже средней. Поиск почти не работает: коммерческих запросов мало, а те, что есть, уже перехватывает РСЯ. Но отдельную поисковую кампанию всё равно стоит завести — она даст самых горячих посетителей, особенно по фразам «заказать песню в Туле». Ретаргетинг — 10% показов. Его добавляют, чтобы дожимать тех, кто заходил на сайт, но не решился оставить заявку. В услугах студии звукозаписи клиент часто принимает решение не сразу, поэтому ретаргетинг обязателен. Кампании по каждому каналу нужно вести отдельно: у них разная цена клика и разная модель поведения. Автоподбор фраз при таком маленьком спросе лучше не включать — запросов мало, и алгоритм начнёт привлекать нецелевой трафик.

Семантика и минус-слова для студии звукозаписи

Собирайте ключевые фразы вокруг трёх сценариев: «песня в подарок», «заказ песни», «студия звукозаписи». Это ядро, по которому стоит показываться в поиске и на тематических площадках. Из запросов обязательно исключите информационные и бесплатные намерения. В список минус-слов добавьте: «~~копаны~~», «~~бесплатно~~», «~~стоимость~~», «~~обзоры~~», «~~кампейны~~», «~~коротко~~», «~~мемы~~», «~~песни~~», «~~слова~~».

«инструкция». Минус-слова отсекают людей, которые ищут бесплатные материалы, а не услуги студии. Без них большая часть кликов уйдёт на запросы вроде «песня в подарок скачать бесплатно», и цена обращения вырастет в разы.

Что писать в объявлениях студии звукозаписи

Самый сильный мотив — песня в подарок. В заголовках используйте формулировки: «Песня в подарок — готовый авторский продукт», «Заказать песню для близкого», «Песня на день рождения». В тексте объявления подчеркните, что это готовый авторский продукт: текст, музыка, запись в студии. Для музыкантов и блогеров сделайте отдельное объявление про фонограмму: «Фонограмма под ключ за 24 часа», «Профессиональная аранжировка и запись». Здесь важна скорость и качество. Проверенные углы из практики: «Что подарить, чтобы удивить?», «Подарочный сертификат на песню», «Песня на заказ для вашей истории». В каждом объявлении указывайте город — Тула — и формат работы (удалённо или в студии).

Что измерять, чтобы реклама студии звукозаписи окупалась

До запуска настройте цели в Яндекс Метрике: отправка формы, звонок, заказ в один клик. Без цели вы не узнаете, сколько на самом деле стоит обращение, и будете вслепую менять ставки. Отслеживайте три показателя: цену клика, цену обращения и долю рекламных расходов (ДРР) — отношение рекламного бюджета к выручке от заявки. При малом трафике не стоит анализировать статистику каждый день. Смотрите на результаты раз в месяц и дайте рекламе накопиться. В пиковые сезоны (июль, ноябрь) обращайте внимание на рост показов и заранее увеличивайте бюджет.

Типичные ошибки: студия звукозаписи

- Запуск рекламы без минус-слов — бюджет уходит на запросы «скачать бесплатно».
- Ориентация только на поиск — в рекламе студии звукозаписи основную долю дают тематические площадки (РСЯ).
- Реклама без конкретного сценария — объявления «студия звукозаписи» проигрывают объявлениям «песня в подарок».
- Запуск без цели в Метрике — невозможно понять, сколько стоит обращение.
- Ожидание мгновенных заявок при низком спросе — нужно закладывать время на накопление статистики.

Чек-лист перед запуском

1. Собрать семантику: песня в подарок, заказ песни, студия звукозаписи.
2. Добавить минус-слова: скачать, бесплатно, текст, аккорды, караоке, минус.
3. Настроить цели в Метрике (заявка, звонок).
4. Создать отдельные кампании: поиск, РСЯ, ретаргетинг.
5. Написать объявления с конкретными сценариями (подарок, фонограмма).

Сколько стоит реклама студии звукозаписи в Яндекс Директе?

Клик в Туле стоит около 5 рублей, обращение — в среднем 467 рублей. Точный бюджет зависит от желаемого числа обращений, но начинать можно с малых сумм, так как клики дешёвые.

Какие запросы самые выгодные для студии звукозаписи?

Самый выгодный сценарий — «песня в подарок» и его вариации: «заказ песни», «песня на заказ». У них высокая коммерческая готовность и понятная боль клиента.

Почему поиск даёт мало кликов для студии звукозаписи?

В Туле мало людей, которые вбивают в поиск «студия звукозаписи». Основной объём показов собирают тематические площадки (РСЯ). Поиск стоит держать отдельной кампанией для самых горячих запросов.

Нужен ли ретаргетинг для студии звукозаписи?

Нужен. Клиенты редко заказывают песню с первого визита: они сравнивают, думают, советуются. Ретаргетинг вернёт их на сайт и повысит шанс обращения.

Как быстро окупится реклама студии звукозаписи?

Быстрой окупаемости ждать не стоит: цена обращения в среднем 467 рублей, а спрос невелик. Оценивайте окупаемость по соотношению цены обращения и вашего чека — ориентируйтесь на предельную стоимость заявки.

Что делать, если реклама студии звукозаписи не даёт заявок?

Проверьте, не тратите ли вы бюджет на бесплатные запросы (уберите лишние минус-слова), замените объявления на конкретные сценарии «песня в подарок». Возможно, стоит подождать сезонного роста — в июле и ноябре спрос значительно выше.

Посчитаем то же самое по вашему сайту — бесплатно

Платформа разберёт сайт, соберёт запросы, покажет цену обращения в вашем городе за пару минут: kdirect.ru/start

Вопросы — +7 (495) 988-09-08, kupiloslova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «студия звукозаписи», и обезличены: имени рекламодателя, адреса сайта и цен на товары в разборе нет. Прогноз ориентировочный — точную цену обращения показывает первый месяц работы кампании по Яндекс Метрике.